

**NOME:** Marcelo Tadeu dos Reis Pimentel

**DOUTORAMENTO EM CIÊNCIA POLÍTICA**

**ESPECIALIDADE DE:** Ciência Política

**ORIENTADOR:** Professor Doutor Jorge de Sá

**DATA:** 2017

**TÍTULO DA TESE:** As campanhas eleitorais no século XXI: Um olhar sobre os desafios para combater a apatia e a desconfiança do eleitor

### **RESUMO**

As campanhas eleitorais e a gestão da política passam por profundas transformações nestas duas primeiras décadas do século 21, decorrentes de dois fenômenos: a desconfiança e apatia do eleitor, que gera uma crise de confiança na democracia como instituto fundamental para a sociedade contemporânea e pós-moderna; e os novos conceitos que devem ser adotados no marketing político para restituir a credibilidade das pessoas no processo político. Esta tese de doutoramento se apoiou em estudos avançados de marketing, principalmente sobre o marketing relacional, o marketing holístico e o marketing permanente, para desenvolver um novo modelo de marketing político que adapta toda a atividade política (e não só as novas campanhas eleitorais) à nova dinâmica de relacionamento e comunicação da sociedade tecnológica, destacando-se principalmente o estágio que surge a partir da constituição das redes sociais na Internet. Para tanto, aplicamos três instrumentos de investigação junto a políticos e consultores políticos brasileiros e realizamos um estudo de caso nas eleições de 2016, propiciando assim a confirmação (ou não) dos objetivos e hipóteses necessários para o modelo de marketing político que a presente tese de doutoramento define como necessário para “religar” a atividade política à sociedade atual.

**Palavras-chave:** Marketing, marketing político, marketing relacional, marketing holístico, marketing permanente, comunicação política, democracia, redes sociais, eleições, campanhas eleitorais